

SBC メディカルグループホールディングス

2026 年度 第 2 四半期 決算説明会

議事録

開催日時 2026 年 8 月 13 日（木） 日本時間 21 時 30 分／米国東部時間 8 時 30 分

開催形式 ライブ配信（ウェビナー形式、英語同時通訳付き）

登壇者

代表取締役会長 兼 CEO 相川 佳之

取締役 兼 CFO 兼 COO 吉田 優也

Head of IR 福井 輝（司会）

免責事項

本議事録は、SBC メディカルグループホールディングス（以下「当社」）が 2026 年 8 月 13 日に開催した 2026 年度第 2 四半期決算説明会の記録として作成したものです。読みやすさを考慮して編集を加えており、当日の発言をそのまま逐語的に記載しているものではありません。また、説明会の一部は英語で実施されており、当該部分は日本語に翻訳のうえ記載しています。記載内容に相違がある場合は、当社が公表した開示資料が優先します。

本議事録には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、過去の事実や現在の状況に関するものではなく、将来の出来事や業績に関する当社の見通しや考え方のみを示すものです。これらの将来の出来事や業績は、その性質上、多くが本質的に不確実であり、当社の管理の及ばない要因の影響を受けます。これらの将来の見通しに関する記述は、特に、当社のサービス展開の計画および戦略、売上高および利益の成長、ならびに事業の見通しに関する当社の現在の見解を反映したものです。また、「可能性がある」、「～すべきである」、「期待する」、「予想する」、「企図する」、「見積もる」、「考える」、「計画する」、「見込まれる」、「予測する」、「潜在的な」、「目標とする」、「望む」またはこれらの否定形もしくは類似の表現は、将来の見通しに関する記述を示すために使用されることがあります。本議事録に記載された将来の見通しに関する記述は、決算説明会開催日時点のものであり、様々なリスク、不確実性、仮定、または予測もしくは定量化が困難な状況の変化の影響を受ける可能性があります。そのため、これらの記述に過度に依拠しないようご注意ください。将来の見通しに関する記述は、経営陣の現在の予想に基づくものであり、将来の業績を保証するものではありません。当社は、法令により義務付けられる場合を除き、将来の見通しに関する記述について、その内容を更新または修正して公表する義務を負うものではありません。実際の結果は現在の予想と大きく異なる可能性があり、その要因には、例えば、世界的、地域的または各国・各地域における経済、事業、競争、市場および規制環境の変化のほか、米国証券取引委員会（SEC）への提出書類に記載された「Risk Factors（リスク要因）」およびその他の記載事項が含まれます。これらの提出書類は、SEC のウェブサイト（www.sec.gov）で閲覧することができます。

Non-GAAP 財務指標に関する記述

当社は、経営成績の評価や、財務および経営上の意思決定の目的で、調整後 EBITDA、調整後 EBITDA マージン、有利子負債、純有利子負債、および調整後 D/E レシオなどの Non-GAAP 財務指標を使用しています。当社は、Non-GAAP ベースの財務指標が事業の根本的な傾向を特定するのに役立ち、当社の経営成績に関する有用な情報を提供し、過去の業績および将来の見通しに関する全体的な理解を高め、経営陣が財務および経営上の意思決定において使用する主要な指標に関する可視性を高めることができると考えています。Non-GAAP 財務指標は米国会計基準では定義されておらず、米国会計基準に準拠して表示されていません。これらの Non-GAAP 財務指標には分析ツールとしての限界があり、単独で、または米国会計基準（GAAP）に基づき報告された当社の業績分析の代替として考慮すべきではありません。全ての企業が同一の算出方法を用いているわけではないため、これらの指標は他社の同様の名称を持つ指標と比較可能でない場合があり、企業ごとに大きく異なる可能性があります。GAAP 指標との調整表は、2026 年 8 月 13 日付の決算リリースおよび決算説明資料をご参照ください。

1. 開会のご挨拶

【福井】 本日は、SBC メディカルグループホールディングス、2026 年度第 2 四半期決算説明会にご参加いただきまして、誠にありがとうございます。

【福井】 本会は、CEO の相川佳之、CFO 兼 COO 兼 AI エヴァンジェリストの吉田優也と、司会の私、IR 部長の福井にて進めてまいります。よろしくお願いいたします。

【福井】 本日の決算説明資料は、当社 IR サイトに掲載しております。議事録につきましても、準備が整い次第掲載いたします。また、本日のお話には、将来の見通しに関するものが含まれますが、これらは将来の業績を保証するものではなく、実際の結果は様々な要因により異なる可能性があります。詳細は当社の SEC 提出書類をご参照ください。また、Non-GAAP 指標にも言及しますが、GAAP との調整表は本日の開示資料に記載しております。

【福井】 本日のプログラムをご案内いたします。まず AI を活用したプレゼンテーションを約 11 分間ご覧いただけます。もちろん、内容は事前に確認したのになりますのでご安心ください。その後、相川よりメッセージをお伝えし、質疑応答に移らせていただきます。画面下部の「Q&A」アイコンをクリックのうえ、ご質問をご入力いただき、ご送信ください。

【福井】 それでは、プレゼンテーションを開始いたします。

2. 決算説明プレゼンテーション（AI 活用）

本セクションは、当日上映した AI 活用プレゼンテーションのナレーション内容を記載しています。ページ番号は当社 IR サイト掲載の「2026 年第 2 四半期 決算説明資料」に対応します。

ご視聴ありがとうございます。これより、2026 年度第 2 四半期の業績、事業戦略のアップデート、ならびに資本・IR 戦略についてご説明いたします。

今回の四半期を一言で申し上げますと、2025 年に断行した構造改革を完遂し、SBC の成長は再加速フェーズに入った期だと考えています。事業基盤の拡大と AI 活用を含む支援機能の高度化を背景に、売上の伸びを上回る利益成長を実現した四半期です。

P5 2026 年第 2 四半期 クリニック実績ハイライト

まず、クリニックのハイライトです。2026 年 6 月末の拠点数は前年同期から 34 拠点増の 287 拠点、直近 12 カ月の年間来院数は 692 万人と前年比 10% 増となりました。年初来のクリニック売上高は前年比 11% 増、既存店売上高も同 6% 増、四半期の平均顧客単価は同 9% 増と、顧客数・単価がそろって伸び、クリニックの事業には一段と力強さが出てきています。

P7 2026 年第 2 四半期 財務ハイライト

続いて、財務ハイライトです。第 2 四半期の売上高は前年同期比 13% 増の 49 百万ドル、調整後 EBITDA は同 32% 増の 20 百万ドル、調整後 EBITDA マージンは 41% となりました。売上の伸びを上回る利益成長を実現し、収益性も改善しています。

P8 2026 年第 2 四半期 業績ハイライト（増減要因）

第 2 四半期は、円安という逆風を跳ね返しての増収増益です。事業の大部分が円ベースでなされている当社にとって円安はマイナスに働きますが、その逆風を吸収してなお、売上高・営業利益ともに力強いパフォーマンスとなりました。増収を牽引した主因は、2025 年 6 月に運営方針を変更したポイント事業の伸長によりマネジメントサービス売上が伸びたことです。合わせて、一部サービス費の見直しも寄与しました。

P10 成長戦略の全体像

ここからは事業戦略のアップデートです。戦略に大きな変わりはありません。私たちは、人々が若々しく活力を持って生きること、すなわち Longevity を、外見からアプローチする美容医療と、身体機能からアプローチする一般医療の両面から支えるヘルスケアプラットフォームを目指します。「日本で Longevity と言えば SBC」と認知されることが、私たちの目標です。これを実現する成長戦略は 4 つ。皮膚科領域のマルチブランド戦略の加速、一般医療の拡大、事業のグローバル展開、そして AI 活用による競争力強化とコスト構造改革です。とりわけ足元で私が最も大きな手応えを感じているのは、AI 活用が SBC の次の競争優位の源泉になりつつあるという点です。

P11 マルチブランディングによる最適化（1）

皮膚科領域では、多様化する顧客ニーズを的確に捉え、LTV（顧客生涯価値）の向上を目指してマルチブランド展開を加速します。美容皮膚科の上期総取引額は前年同期比 19%増と力強く成長しました。まず、市場拡大を牽引する皮膚科のベーシックな治療を好む顧客層に向けて、湘南美容皮膚科を「SBC スキンクリニック」へ改称します。「スキンクリニック」という呼称で美容医療への敷居を下げ、より幅広い層への訴求を狙うもので、2 院の増院も行います。

P12 マルチブランディングによる最適化（2）

次に、医師や機器の専門性・先進性で選ぶ、美容感度の高い顧客をターゲットとした高付加価値ブランドです。最先端機器を国内随一の水準で取り揃える NEO Skin Clinic を 3 院増院し計 4 院に、オーダーメイド型のカスタマイズレーザー治療を強みとする JUN CLINIC を 1 院増院し計 7 院とします。加えて、堅調な男性美容・脱毛需要に応えるため、大型脱毛専門クリニック「THE LASER」、男性ヒゲ脱毛に特化し高速オペレーションを実現する「SBC MEN'S FLASH」という新業態を立ち上げます。

P13 マルチブランディングによる最適化（3）／ゴリラクリニック

ゴリラクリニックの上期総取引額は 62 百万ドルと前年同期比 19%増と好調に推移しました。脱毛や AGA の投薬治療を入口に、皮膚科・高付加価値施術へと段階的にニーズを喚起する導線が、既存顧客層への浸透という形で増収を牽引しています。

P14 一般医療事業の拡大

「日本で Longevity と言えば SBC」を目指し、一般医療を美容医療に次ぐ「第 2 の成長エンジン」と位置づけています。構成は現在なお美容が約 84%、一般医療は約 16%ですが、裏を返せば大きな伸び代がここにあります。この成長を牽引するため、2026 年 6 月に専門チームを新設しました。リーダーには、大手ヘルスケア・IT 人材プラットフォーム企業で執行役員を務めた藤本直也が就任しています。集客と医療経営の両面を強化し、まずは既存院の集客とオペレーションを磨いて稼働率と院あたり収益を高め、並行して M&A を活用して拠点数を拡大していきます。

P15 アメリカ戦略／OrangeTwist との協働

グローバル展開の大前提は、日本の安定した収益基盤です。そのうえで、規律をもって海外を伸ばしてまいります。米国では、2025 年 12 月に少数持分出資した OrangeTwist との協働を進めています。OrangeTwist は 6 州に 24 拠点を展開し、継続収益が売上の 40%超を占めるメンバーシップ基盤を持つ有力なプレイヤーです。足元では運営ノウハウの共有やメニューの拡充を進めており、中長期的には、そこで確立したモデルを日本・アジアへ輸出することを狙ってまいります。

P16 東南アジア戦略

東南アジアでは、日本で磨いた「手頃×安心×標準化」という OS（オペレーティングシステム）を、アセットライトに輸出します。タイ 1 号店の「BLEZ CLINIC」で実証を進めています。現地が資本・運営を担い、SBC は調達・標準化・教育・集患の仕組みを供給し、対価として売上連動型のリカーリング収益を得る「Powered by SBC」モデルです。設備投資を抑えつつ高い ROIC で面を広げ、連結成長に貢献します。タイを起点に ASEAN へ展開してまいります。

P17 AI 戦略／MSO プラットフォームの強化

AI は、当社の成長と効率化の両面を支える基盤戦略です。26 年かけて蓄積してきた膨大な経営データを AI の開発に活用し、他社が模倣しにくい参入障壁を構築します。AI による MSO プラットフォームの強化は、拠点数、1 拠点当たり手数料、サービスメニューの三方向の成長を同時に押し上げます。プラットフォームの魅力が高まって新規クリニックを誘引し、取引が活性化してサービスフィー水準が上がり、提供メニューも増える。この好循環が、継続性の高い連結収益と EPS 成長を生み出す原動力になると考えています。

P18 AI 戦略／クリニック経営を支援する AI（1）

クリニックの経営を直接支援する AI 群を、順次実装しています。24 時間体制で顧客対応を自動化する AI チャットボットと、英語・中国語のその場通訳でインバウンド需要を取りこぼさない AI 通訳「TalkBridge」は、すでにリリース済みです。マーケティング AI は順次リリースを進めており、電話対応の応答率を高め取りこぼしを防ぐコールセンター AI も、2026 年中のリリースを予定しています。これらにより顧客体験価値とマーケティングを高度化し、クリニック売上高の向上に寄与します。

P19 AI 戦略／クリニック経営を支援する AI（2）

さらに、ネットワーク拡大そのものを支援する AI も実装しています。人口・人流・競合を自動収集し、商圈マップで出店候補地の選定を高速化する出店候補地提案 AI。そして、26 年蓄積してきた現場の暗黙知を全社資産化し、新規出店の再現性を高め、スタッフの早期立ち上がりを支えるナレッジ共有 AI です。これにより、高い品質を維持したまま出店の精度と速度を両立し、フランチャイズとしての誘引力も強化してまいります。

P20 サービスフィーのアップデート

AI をはじめとする支援機能の高度化は、クリニックへの提供価値向上に直結します。その価値向上に見合う形で、サービスフィー水準を順次見直しています。コールセンター機能の向上により年間約 1,100 万ドル、ゴリラ・リゼクリニック向け支援の強化により年間約 400 万ドル、通年で合わせて年間約 1,500 万ドル規模の拡充を見込んでいます。医療法人との Win-Win を前提に、限定的な追加コストで、1 拠点当たり手数料（AFPC）の持続的な向上を目指し、更なる収益性向上にも寄与します。

P21 事業の成長軌道

上場以来、コア事業基盤の再強化と、海外・新領域への戦略的な布石を進めてきました。これからは、国内の美容皮膚科拡大とリブランディング、新業態の立ち上げ、一般医療の強化、米国事業の Phase 2 移行、東南アジアの B2B・合併拡大、そして AI 活用と、多面的に成長が加速するフェーズに入ります。2027 年には Longevity センターの設立も予定しています。規律ある投資を通じて、差別化された収益と持続的な EPS 成長を追求してまいります。

P23 資本・IR 戦略

最後に、資本・IR 戦略です。基本方針は、EPS 成長とバリュエーションの適正化を並行して追求し、中長期的な株主価値の向上を図ることです。潤沢な現金を背景に、オーガニック成長と規律ある M&A の双方へ戦略投資を進めます。同時に、資本市場での SBC の認知度、とりわけ米国での認知度がな有限定的であることも認識しています。もっとも、投資家基盤は急速に広がっており、実質株主数は 2026 年 7 月時点で前年比約 4.7 倍に拡大しました。この勢いを追い風に、今後もニューヨーク・香港などでの IR カンファレンスに積極的に参加してまいります。通年では NDR・個別 1on1・個人投資家対応を含め、投資家との対話を一層強化してまいります。アナリストカバレッジのさらなる拡大にも継続して取り組んでまいります。

以上を通じて、EPS の継続的な成長と、資本市場における適正な評価の追求を両輪として、株主の皆様をはじめとするすべてのステークホルダーに、これまで以上に大きな価値をお届けできるものと考えています。これからの SBC にどうぞご期待ください。

私からのご説明は以上になります。ご清聴ありがとうございました。

3. 代表取締役会長 兼 CEO 相川によるメッセージ

【福井】 ご清聴ありがとうございました。続きまして、相川よりメッセージをお伝えいたします。相川 CEO、よろしくお願いいたします。

皆さん、こんばんは。SBC メディカルグループホールディングス代表の相川です。本日はお集まりいただきましてありがとうございます。

ただいまの発表にもありましたとおり、我々としては、今回の第 2 四半期の数字は本当に価値のあるものだと思っています。

まず、2024 年、2025 年というのは、日本の美容医療環境において競争が激しく増した年でもありました。その中で、我々は開業して 26 年目になりますが、従来の伸びが少し停滞しておりました。この 2 年間、このような変わった環境の中で、どのように再び成長していけるかということを、色々と工夫をまいりました。マーケティング手法であったり、料金であったり、治療の内容といったものを大幅にリニューアルし、この度、本当にこのような環境でも力強く伸ばせるような形態に変わることができたという確信を持っております。したがって、今回の第 2 四半期に限らず、引き続き強い成長ができると考えております。

また、AI については、日本の医療機関の中で最も活用する組織になろうということを、当社副社長がリーダーシップを取って進めております。例えば、AI による患者様とのチャットでの自動返答システム、今後は音声での電話対応、予約システム、おすすめ機能など、色々な機能を AI で活用することにより、お客様の利便性を高め、顧客体験を向上させ、なおかつ経営の効率化を図ることができると確信しております。より効率の良い経営ができ、利益率の向上にも貢献してくるものと予測しています。

そして今回、本当に Longevity カンパニーになるということを全社の目標として掲げております。これまでは美容での伸びが大きかったのですが、今後は整形外科領域、眼科領域、不妊治療といったカテゴリーを伸ばしていくという目標を立てております。ですので、今は本当に美容がメインですが、10 年後には、美容の割合が全体と比べて小さくなり、他のカテゴリーでの業績と利益が大きくなっているという未来を、我々としては描いており、目標としております。

クリニックの数も、現在 300 弱ほどになっておりますが、2035 年には 1,000 クリニックを展開するという目標を全社で掲げております。いち早くその目標を達成できるよう、美容以外のカテゴリーも伸ばしてまいりたいと考えております。

また現在、海外ではタイ、シンガポール、ベトナムでクリニックを展開しておりますが、こちらも少しずつ業績が伸びてきております。一つ勝ちパターンができれば、アジア全域に我々 SBC のクリニックを展開していけるのではないかと期待しております。

今回の第 2 四半期は、皆様のご期待に少しでもお応えできるような結果になってきていると思いますし、さらに第 3 四半期、第 4 四半期も、より皆様のご期待にお応えできるよう我々も努力してまいりますので、引き続きよろしくお願いいたします。ありがとうございます。

4. 質疑応答

【福井】 相川 CEO、ありがとうございました。それでは、質疑応答に移らせていただきます。画面下部の「Q&A」アイコンをクリックのうえ、ご質問をご入力いただき、ご送信ください。よろしくお願いいたします。

ご参加者からいただいたご質問は、司会の福井が読み上げております。回答者は各項に記載のとおりです。

Q1. 【福井】 「成長の再加速」と表現されています。国内美容医療クリニックの業績が上向いていますが、2024 年・2025 年の上期と比べ、構造的に何が変わったのでしょうか。今後も持続すると期待してよいでしょうか。

A. 【相川】 私からお答えします。まず、競争環境が激しくなった中で私が行ったのは、基本的に顧客満足度調査の結果を見て、どこに我々の競争優位があるのか、あるいは競争上弱いところがあるのかを分析することでした。また、ホームページをはじめ我々が発信するあらゆる媒体の写真、料金、文言に至るまで、全て見直しをいたしました。マーケティングの責任者である CMO が変わったことも非常に大きな要因だと考えております。マーケティングについても、SNS マーケティングからテレビ CM まで全てを見直し、この時代に合った、競争環境でも勝てる形に変えてまいりました。その結果、非常に良い結果が出ておりますし、しばらくこの流れは続くと考えておりますので、引き続き強い成長が今後も期待できると考えております。

A. 【吉田】 補足させていただきます。ただいま相川からご説明した通りですが、結果として出てきているのは、お客様の数も単価も揃って伸びているという点であり、ここ 2 年との大きな違いが出てきております。かつ、美容皮膚科について言えば、市場を上回るペースで伸びております。単なる市場全体の動きということではなく、我々 SBC のプラットフォームを、ただいま申し上げたマーケティングの根本的な改革を含めて強化してきたことが結果につながっているということで、我々も非常に自信を深めているところでございます。

Q2. 【福井】 日本の美容医療市場の競争環境について、足元ではどのようにご認識されていらっしゃるでしょうか。

A. 【相川】 競争環境のピークは、昨年から今年の前半ぐらい、あるいは足元ではないかと思っております。以前は、タケノコのように美容クリニックが勢いよくどんどん増えていきましたが、最近は逆にその勢いが減ってきており、プレイヤーは今後も減っていくと考えております。ただし、日本の美容医療のマーケット自体は確実に拡大していきます。マーケットが増えてプレイヤーが少しずつ減っていくと予想しておりますので、今後はどんどん我々の強みが生かされるような環境になってくるのではないかと予想しております。

A. 【吉田】 私からも申し上げます。ただいま相川が申し上げた通りですが、私自身も競争環境について、完全に潮目が変わったと言ってよいのではないかと考えております。結論から申し上げれば、SBC のポジションはむしろ非常に強固になり、SBC に有利な状況にあると考えております。なぜかと言えば、SBC は拠点数、お客様の数という点で圧倒的にナンバーワンのポジションにあるからです。その圧倒的なブランド力と顧客基盤、および事業規模を背景に、それぞれのブランドにおいて提供する価値と価格のバランスを設計することができます。そうしますと、単純な価格競争に飲み込まれることなく、我々のスケールメリットを生かして収益性を確保しながら競争力を高めることが可能になります。これは単独のチャネルで運営する競合にはできないことだと考えております。正直に申し上げて、他のクリニック様の経営が非常に厳しくなっているという面も見えております。相川が申し上げた通り、市場自体は Longevity トрендなども含めて今後も成長していきますが、SBC はその中でむしろシェアを伸ばしていけると考えております。もう少し具体的に申し上げますと、例えば美容皮膚科の領域では、我々は資金力を背景に、最新の医療機器をどこよりも早く大規模に導入するといったことができます。さらには、私自身の取り組みでもある AI を使ったオペレーションの最適化があります。こうした CAPEX、すなわち投資を必要とするものを進めていくことは、広告戦略も含めて、他の競合には追従が難しいと考えております。加えて、経営全体を支えるデータ基盤の整備が進んできていることも大きいと考えております。相川が申し上げたマーケティング改革も全てデータドリブンであり、細かい様々なデータを分析した上で戦略の立案・実行を行っておりますので、こうした点も SBC のポジションをより強固にしているものと、自信を深めております。

Q3. 【福井】 とても良い四半期だったと思います。しかしながら、SG&A（販売費及び一般管理費）が予想より少し高くなっていたように思います。この要因について教えてください。

A. 【吉田】 私からお答えいたします。まず「グレートクォーター」というお言葉をありがとうございます。非常に嬉しく拝読しております。SG&A が若干増加したという点ですが、まず「若干の増加」であるということが大事かと思います。要因はいくつかございますが、大きなものはセカンダリーオファリングを実施したことに伴う一時的なコストです。したがって、SG&A のトレンドが大きく増加に向かったというものではないとご理解いただければと思います。

Q4. 【福井】 今回の決算で、約 15 百万ドルというサービスフィーのアップサイドをご説明されていたと思います。こちらの増加するタイミング、すでに第 2 四半期にどれぐらい数字として入っているのか、あるいは限界的な利益へのインパクトについて教えてください。

A. 【吉田】 こちらも私からお答えいたします。時期につきましては、基本的に個々のアイテムによることとなりますが、今回挙げている具体的な 2 つについては、コールセンターが 7 月から、ゴリラ・リゼクリニックは 6 月からとなります。したがって、ゴリラ・リゼクリニックが 6 月からですので、今回発表した四半期には一部が若干入っているという程度でございます。今年の下期という意味では、年換算した金額の半分为期待できるとご覧いただければと思います。なお、今回ご説明している 2 つは具体的に決まっているものですが、これ以外にも高付加価値サービスによる単価の向上を続々と検討しておりますので、より 1 クリニック当たりの売上単価を上げていくことを予定しております。また、利益貢献という意味では、基本的にほぼ固定費で行っているサービスになりますので、かなりの部分が利益にそのまま直結するとご覧いただければと思います。したがって、現在確定しているもので年間 15 百万ドルというアップサイドも、非常に強いものになっていると自信を持っております。

Q5. 【福井】 OrangeTwist の状況についてアップデートをお願いします。投資をしてからどういったものを学びましたか。あるいは今後の 12 ヶ月間で、どういった重要なマイルストーンを考えておりますでしょうか。

A. 【吉田】 こちらも海外事業を担当している私からお伝えさせていただきます。まず、大きな学びとしては、この半年で経営体制を見直し、共同創業者の一人であるクリント・カーネルが CEO に就任いたしました。彼から学ぶ部分はやはり非常に大きく、米国流のメドスパ経営というものを、彼のリーダーシップの下でどのように行っていくかを学んでいくと考えております。具体的に申し上げますと、例えば SBC の購買力を活用した仕入原価低減の取り組み、さらには包括的なマーケティング戦略の見直し、実際のクリニックにおけるお客様へのご提案の仕方やプロトコルの見直し、さらにはブランディングにつながる大規模な集客イベントの実施などです。我々がこれまでやったことのないような施策も、短期間でどんどん打ち出しております。一言で言えば、そのスピード感です。彼が就任してから施策のスピード感が上がったと感じております。さらには、成長分野である Longevity のプロダクトも、SBC と協力して拡充しようとしています。今後 12 ヶ月で期待できるところで申し上げますと、SBC 独自のブランドを OrangeTwist と協力しながら、アメリカ市場に展開していくことにもチャレンジしようと考えております。ここも OrangeTwist とのシナジーという意味では、チャレンジングでありますし、期待できるものだと考えております。

A. 【相川 CEO】 私から補足いたします。吉田が申し上げた通り、リーダーが変わったことにより、急速に OrangeTwist の改革が行われ、業績にも反映されてきております。彼のリーダーシップについて我々も学ぶことが非常に多くございます。また、彼が日本に来てくれて、日本の我々のクリニックも見学いただき、我々からも情報を提供することができました。逆にアメリカ側からも学ぶことが非常に多くございますので、少し時間はかかると思いますが、こうした機会をきちんと活用し、アメリカでの強いビジネスモデルを作っていきたいと考えております。

Q6. 【福井】 同じくアメリカについてです。今後アメリカの事業を拡大していく上で、どういったものを考えていますか。OrangeTwist のクリニックを増やしていくということなのか、あるいは他の会社を買収するのか、あるいは OrangeTwist の出資比率を高めるのか、どういったものをお考えでしょうか。

A. 【相川 CEO】 OrangeTwist 自体を増やしていくことは、もちろんやってまいります。また、OrangeTwist への出資割合を増やすことも検討しております。加えて、OrangeTwist のメンバーにご協力をいただき、我々独自の、アメリカで勝てるモデルを立ち上げて、それを一緒に横展開、店舗展開していくことも考えております。

A. 【吉田】 補足いたします。ただいま申し上げた通り、基本的にはいろいろなことのミックスになるかと考えております。特に SBC としての店舗展開も並行して行っていくことだと思っておりますが、基本線としては OrangeTwist のロールアウト戦略、すなわち M&A も活用しながら店舗を増やしていくというものです。まず昨年末に 1 件実施して店舗数を増やし、現在 24 店舗まで来ております。その他にも M&A のオポチュニティのお話が OrangeTwist に来ている状況ですので、そこでの成長機会も一つ一つ検討しているという状況でございます。

Q7. 【福井】 次は東南アジアです。東南アジア戦略のこれまでの手応え、あるいは今後のステップを教えてください。

A. 【相川】 現在、ベトナム、タイ、シンガポールでクリニックを展開しております。シンガポールにつきましては、昨年買収した AHH のクリニックを今後展開できればと考えております。ベトナムにつきましては、クリニックを展開してもう 10 年経ちますが、ようやくベトナム人の患者様の数がどんどん増えてきて、非常に成長し始めております。ここで一つ核となる強いモデルができれば、ベトナムだけでも人口が 1 億人以上おりますので、クリニックをどんどん出店できるのではないかと考えております。また、タイや香港など、比較的日本文化が好まれる国・地域は展開しやすいのではないかと考えております。

A. 【吉田】 海外に関わるという意味で一点だけ補足いたします。インバウンドという意味でも、単月ベースではございますが、ここ数ヶ月でこれまでのトレンドの倍ぐらいの数値を出してきているところもあり、特に台湾からのお客様を多くお迎えできております。本当に全般に通じることですが、これまで 1~2 年取り組んできた努力・改善というものが、一つ一つ結果になってきているという状況です。このアジアもそうですし、インバウンドという意味でも、アジアのお客様を含めてお迎えできるところにつながってきていると考えております。

Q8. 【福井】 関連いたしまして、日本・海外を通じて、2026 年の下半期、あるいは 2027 年というタイムスパンで考えたときに、一番成長機会があると感じになっているところはどちらになりますでしょうか。

A. 【相川】 先ほど申し上げましたように、ベトナムは伸ばしていけるのではないかと、またインバウンドは確実に伸びてきておりますので、インバウンドも伸びるという点、そしてアメリカ事業もリーダーが変わって非常にスピーディーに伸びております。この3つは確実に成長機会があるのではないかと考えております。

Q9. 【福井】 次に AI についてです。今回サービスフィーを AI の開発の影響で増やすことができたというところですが、それ以外にも今後、業績にインパクトを与えるようなことを想定されていますでしょうか。そのタイムスケールについてもあればお願いします。

A. 【吉田】 私からお答えいたします。まず、個別のプロダクトは続々とリリースしてまいります。先ほど相川の説明からもありましたが、すでに8月にチャットボットをリリースしており、年内にもAIコールセンター、さらにはAIプリセプターといった、ナースやコンシェルジュの教育をサポートするツールなども続々と展開してまいります。ここから6ヶ月から12ヶ月の間に、個別のプロダクト、さらには基幹システムの刷新自体もAIを大きく活用して進めてまいります。ここで基本的に目指している姿は、先ほど相川が申し上げた2035年に1,000院というクリニックの体制になりましても、少なくとも間接部門は現在と同じぐらいの業務量、サイズ感、人数感で、固定費を増やすことなく、この1,000院規模を支えるグループを作っていくというところを目指したいと考えております。業務効率を上げる取り組みが先行しておりますが、今後はお客様の体験価値の向上にも取り組んでまいります。例えば、ウェブ上でリリースしたAIチャットボットのアプリ版で、それぞれの施術の履歴や、ご自身の写真を使ったシミュレーションもできるような、パーソナライズされたUXを実現する取り組みです。これによりお客様の利便性を向上させ、売上を上げていく。効率化のみならず売上を上げていくという話も、今後はできていくのではないかと期待しておりますし、予定しているところでございます。

Q10. 【福井】 続きまして、Longevity に関するご質問です。Longevity の取り組みについて、SBC は Longevity をどのような機会と捉え、どのように事業化していくとお考えでしょうか。

A. 【相川】 まず Longevity につきまして、日本は世界一の長寿国であり、非常に高齢化も進んでおり、高齢者の人数も多くなっております。そこをある意味、他の国よりも進んでいると我々は捉え、ここをしっかりと企業の収益の柱にしていこうと考えております。Longevity を単純に申し上げますと、健康にはつらつと、生き生きと長く人生を楽しむお手伝いを、我々が医療技術を通し行っていくものだとして捉えております。そういう意味では、美容医療も、歳を重ねても見た目を整えることによって、はつらつと元気に働けるようになる手助けができると考えております。また、我々が行っているような再生医療や整形外科の領域につきましては、膝が痛かったり関節が痛くなったりしてしまうとスポーツが楽しめなかったり、旅行に行けなくなってしまいますので、そういった意味で、その方の行動制限がないようなお手伝いをいたします。歯科領域では、自分の歯でしっかりとものが食べられるということは人間の活動の中で非常に重要だと考えておりますので、その領域をしっかりと伸ばしてまいります。さらに、アメリカで行われているような遺伝子検査を行い、各臓器ごとの老化年齢を調べ、それに対してペプチド、ホルモン、サプリメントなど、あらゆる治療をご提案することによって、ある意味サブスクリプションのような形で、我々が細胞年齢を定期的に調べつつ、健康診断も行いつつ、その方に必要なサプリメントなどをずっとご提供していくというビジネスモデルを考えております。

A. 【吉田】 少しでも補足させていただきます。大きく2点あると考えております。1点目はSBCのポジショニングです。ただいま申し上げた点にも関わりますが、やはり「メディカル」という部分で、きちんと介入レイヤーを持てるということです。単に数値化してお見せして終わりではなく、我々はそのことを実際に改善・治療するという「メディカル」を提供できるという部分で、大きく異なるのではないかと考えております。2点目は、健康寿命を生き生きと生きるということによって、美容医療市場自体の大きな成長につながるであろうということです。ここもSBCにとっては、当然市場が伸び、その中でシェアを大きく伸ばしていける存在ですので、メリットが大きいと考えております。このLongevityトレンドが中長期にわたって成長していくことは、非常に強い追い風になっていくと思っております。我々としても具体的に、来年にもLongevityセンターを立ち上げ、さらにはウェブ上のプラットフォームを構築していき、本当に「日本でLongevityと言えばSBC」というブランディングを築いていきたいと考えております。

Q11. 【福井】 は資本に関するご質問です。現状、ネットキャッシュが概ね時価総額の45%程度まで増えてきています。この豊富な資金を有する中で、今後どのように株式価値を高めていくお考えでしょうか。投資家にとって、今SBCになぜ注目すべきか、メッセージをお願いいたします。

A. 【相川】 まず我々は、上場する前のことになりますが、例えば現在我々のグループに入っているリゼクリニック、ゴリラクリニックというクリニックも、当初我々がM&Aした時は総合的な売上が250億円ほどでした。それをこの3〜4年で300億円を超えるぐらいまで成長させ、実現してまいりました。今後は、整形外科であったり、歯科であったり、美容医療もその中に入りますが、きちんとM&Aをしていくことにより、我々の2035年の1,000院という数字を、絵に描いた餅ではなく実現可能な数字に変えていくために、それに見合ったM&Aを積極的に行っていく予定でございます。

【福井】 他にご質問はございませんでしょうか。それでは、以上をもちまして質疑応答を終了させていただきます。最後に、閉会のご挨拶をCFOの吉田より申し上げます。

5. 閉会のご挨拶

【吉田】 本日はお忙しい中、決算説明会にご参加いただきありがとうございます。この度、このように非常に強い四半期決算をお届けできたことを、CFOとしてとても嬉しく思います。

我々は、成長の再加速に極めて強い自信を持っております。申し上げてまいりました通り、ここ数年取り組んできた経営努力が強い結果を出しており、SBCのポジショニングをより強固にすることができたと自負しております。その結果として、クリニックに対するサービスの単価を向上させることができ、さらに新業態の開発により、クリニックネットワークの数自体も拡大する見込みでございます。

さらには、今後の中長期の成長を支えるAIやLongevityのトレンドも、SBCのポジションをより強固にしていくと確信しております。SBCの今後の力強い成長にご期待ください。本日はお忙しい中、誠にありがとうございました。

以上

【本件に関するお問い合わせ先】SBCメディカルグループホールディングス／福井 輝（Head of IR） E-mail: ir@sbc-holdings.com